

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

Dari uraian-uraian yang telah dibahas sesuai dengan permasalahan yang dihadapi, pada bab ini dibuat suatu kesimpulan dari permasalahan yang dihadapi dan juga memberikan saran yang kiranya akan berguna pada PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat.

5.1 Kesimpulan

Kegiatan promosi yang dilakukan oleh PT Bank Perkreditan Rakyat adalah dengan cara *door to door* dan memakai wiraniaga dalam menyebarkan brosur. Kegiatan promosi dilakukan di daerah yang banyak terdapat Usaha Kecil, Mikro dan Menengah (UMKM) dan di daerah perkantoran. Kegiatan promosi dilakukan dua kali dalam satu minggu.

Dalam menjalankan promosi ini terdapat beberapa hal yang harus dilihat dari segi periklanan (brosur) dan penjualan perseorangan sehingga mampu membuat promosi yang telah dilakukan dapat secara optimal. PT Bank Perkreditan Rakyat dalam membuat brosur dan merancang penjualan perseorangan terdapat hal yang tidak sesuai dengan teori yang ada dan kebutuhan perusahaan yang sebenarnya.

Permasalahannya yaitu kurang tepatnya dalam menentukan periklanan informatif sebagai tujuan dalam membuat periklanan, kurang menariknya brosur yang dicetak oleh PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat, dan menentukan ukuran tenaga kerja untuk melakukan kegiatan promosi. Hal ini dapat membuat promosi yang dilakukan oleh PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat kurang berjalan optimal.

5.2 Saran

Menentukan tujuan periklanan yang akan dilakukan sebaiknya PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat menggunakan periklanan persuasif yaitu membuat periklanan yang bersifat membujuk, karena dilihat dari *Product Life Cycle* perusahaan tersebut berada pada masa pertumbuhan. Iklan informatif digunakan untuk perusahaan yang memiliki produk baru, maka iklan informatif tidak sesuai dengan *Product Life Cycle* dari PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat.

Dalam membuat suatu periklanan yang menarik, PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat lebih baik merancang brosur agar lebih menarik dan kreatif. Hal ini bisa dilihat dari segi kontras warna dan pesan yang ingin disampaikan kepada nasabah.

Menentukan besarnya ukuran tenaga penjual atau wiraniaga yang ada pada PT Bank Perkreditan Rakyat sebaiknya menggunakan metode beban kerja (*workload approach*). Dari hasil perhitungan menggunakan metode beban kerja, idealnya PT Bank Perkreditan Rakyat Puskopat memiliki 11 orang wiraniaga untuk melakukan kegiatan promosi.